
Fiebre de remate

La Serena y con ella, otras ciudades del país se transformaron en un escenario singular desde el viernes pasado: cientos de personas completas hicieron filas desde temprano para aprovechar el remate final de Corona, donde todo se vendía a \$5.000 hasta agotar stock. Una auténtica «locura por remate» que lleva a preguntarse qué hay detrás de esta oleada de compras desesperadas, hasta el día de ayer lunes se podía ver una gigante fila de cuadras por la calle Gregorio Cordovez.

Corona, un ícono del retail chileno con más de siete décadas de historia, cerrará tiendas a nivel nacional el 10 de julio, dejando sin empleo a casi 2.000 trabajadores. Este hecho despierata una lectura inescapable: no se trata sólo de una oferta de liquidación, sino del reflejo de una economía exprimida,

Las multitudes que corren por prendas a cinco lucas no solo buscan «una ganga»; buscan, a veces sin saberlo, una conexión con un pasado en el que comprar en tienda física representaba estabilidad, comunidad, contacto humano. Hoy, el retail agoniza entre reajustes estructurales, y la gente responde con una compulsión casi histérica: como si con cada panta-

lón, polera o cubrecama comprada, se aseguraran un pedazo de normalidad.

Es paradójico que el consumidor con menos recursos es el que, paradójicamente, el genera las mayores aglomeraciones en eventos de liquidación. No hay bienestar real que respalde estos atiborramientos, sino una ilusión de ahorro que devela la crisis profunda que vive el poder adquisitivo nacional. Es un consumo urgente, no deseoso, que evidencia lo volátil de nuestra economía doméstica.

Este episodio es una metáfora del Chile actual, un país que, ante el cierre de un pilar de retail histórico como Corona, reacciona con prisa, con consumismo desordenado, con filas, pero sin certezas. Y los perdedores son, una vez más, los trabajadores y las comunidades locales que dependían de esa empresa para vivir.

Porque al final, no son solo dos mil trabajadores los que quedan en la calle, son miles de sueños, rutinas, economías familiares que se desmoronan sólo quedan son un último impulso de consumo. Si queremos evitar que el viernes del remate sea la única fiesta en el retail